



# **L'A39: une aubaine pour le tourisme dans le massif du Jura?**

Anne Griffond-Boitier

## **► To cite this version:**

Anne Griffond-Boitier. L'A39: une aubaine pour le tourisme dans le massif du Jura?. Images de Franche-Comté, 1999, 20, pp.2-5. hal-00948283

**HAL Id: hal-00948283**

**<https://hal.science/hal-00948283>**

Submitted on 19 Mar 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## L'A39 : une aubaine pour le tourisme dans le massif du Jura?

Anne Griffond-Boitier, THÉMA, UPRESA 6049, CNRS, université de Franche-Comté

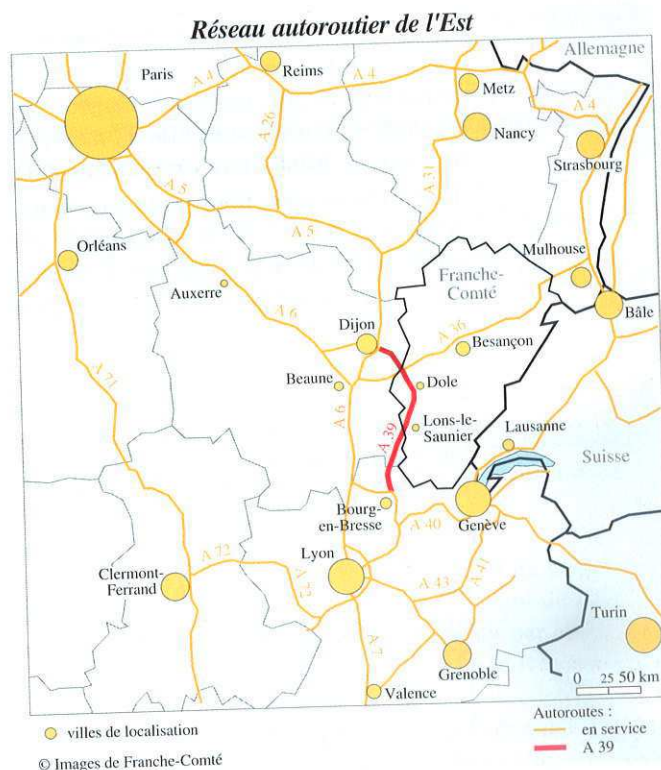
Depuis l'ouverture du dernier tronçon de l'A39, le département du Jura possède son autoroute ! Derrière l'implantation de chaque nouvelle autoroute se cache l'espérance d'un développement touristique. L'A39, voie de délestage de l'A6-A7, devrait faire transiter sur le territoire comtois un important flux de touristes lors des départs en vacances. Mais arrêter cette population est un pari difficile. Le passage d'une autoroute, s'il améliore incontestablement l'accessibilité, ne modifie pas pour autant la valeur des sites touristiques situés dans la proximité. De plus, si l'accès aux stations du Jura s'en trouve facilité, il en va également pour l'accès aux stations alpines et méditerranéennes déjà très attractives.

### Un gain de gain de temps relatif

Pour accéder au massif du Jura, l'A39 permet un gain de temps de 20 minutes pour l'automobiliste qui vient du réseau autoroutier nord ou sud. Ce gain de temps est surtout appréciable pour les déplacements de courte durée, pour ceux du week-end et pour la fréquentation des résidences secondaires. Ce sont donc les départements voisins (Côte-d'Or, Ain, Saône-et-Loire et Rhône) qui en sont les vrais bénéficiaires. En revanche, un tel gain de temps est moins déterminant pour les touristes provenant de régions plus lointaines et, dans l'avenir, leur éventuelle augmentation ne pourra guère être imputée à la seule création de l'A39. D'ailleurs, cette autoroute ne pénètre pas à l'intérieur du massif et laisse encore les automobilistes à une soixantaine de kilomètres des stations les plus proches. Toutefois, sur une carte à petite échelle à partir de laquelle on dresse son itinéraire routier, le passage d'une autoroute au pied du massif où l'on souhaite séjourner peut avoir un effet psychologique décisif.

### Les secteurs géographiques potentiellement intéressés par l'A39...

Cette réflexion prospective suppose une observation plus précise de l'aire d'attraction actuelle des stations touristiques du Jura. Cette réflexion est menée à partir d'une enquête de trafic réalisée sur la RN83 avant l'ouverture de l'A39. L'image ainsi produite permet de repérer les secteurs géographiques potentiellement intéressés par l'A39, puisque cette autoroute suit grossièrement le tracé de la route natio-



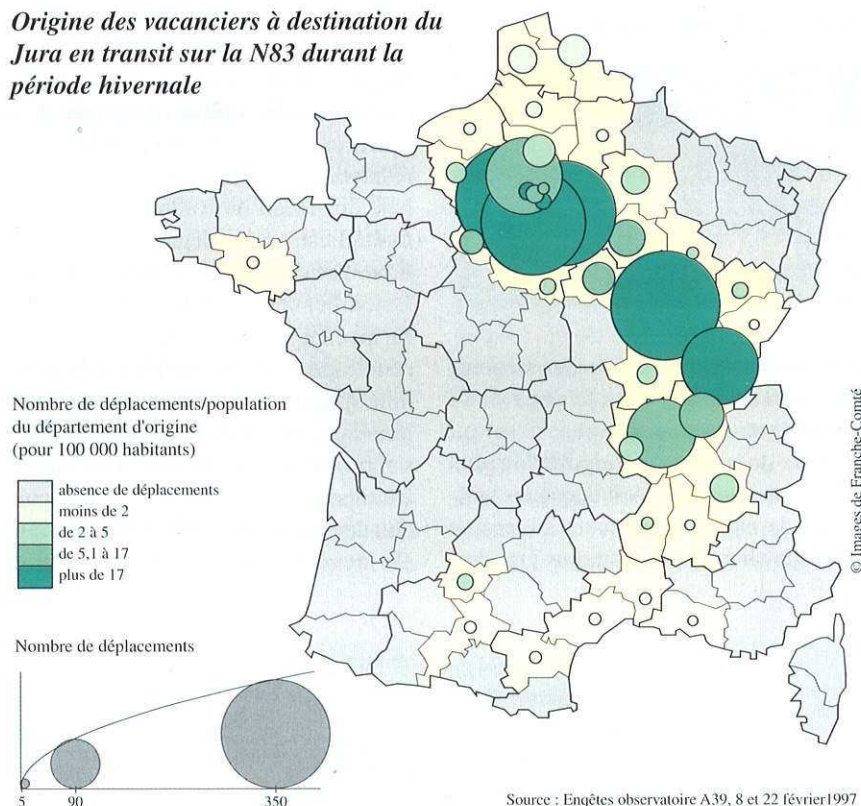
nale. En revanche, elle ne traduit pas l'aire de chalandise réelle des stations : elle ignore les clientèles du Doubs, des Alpes du Nord ou encore de Suisse qui n'empruntent pas la RN83 pour se rendre dans le Jura et qui n'emprunteront pas davantage l'A39.

### ... pour les déplacements en période hivernale

Au plan national, l'aire de chalandise des stations retrace fidèlement le tracé des autoroutes A5 et A6. Elle englobe au nord, l'axe Paris - Les Rousses avec une extension jusqu'en Nord-Pas-de-Calais et au sud, l'axe du sillon rhodanien étendu au Languedoc-Roussillon. L'essentiel du flux provient des départements voisins de Côte-d'Or, de l'Ain et du Rhône, mais aussi, pour plus de 50%, de la grande ceinture parisienne qui s'intègre ainsi à la première couronne d'attraction des stations de ski jurassiennes. Contrairement aux Vosges et aux stations alpines plus lointaines, celles-ci jouissent depuis longtemps de voies d'accès rapides à partir de la capitale : le TGV est le moyen d'accès le plus rapide,



## Origine des vacanciers à destination du Jura en transit sur la N83 durant la période hivernale



qui proviennent des Alpes, puisque leur itinéraire d'accès échappe à la RN83. La fréquentation depuis la Bretagne et les Pays de la Loire est également sous-évaluée, plus vraisemblablement en raison de la faiblesse de l'échantillon pris en compte.

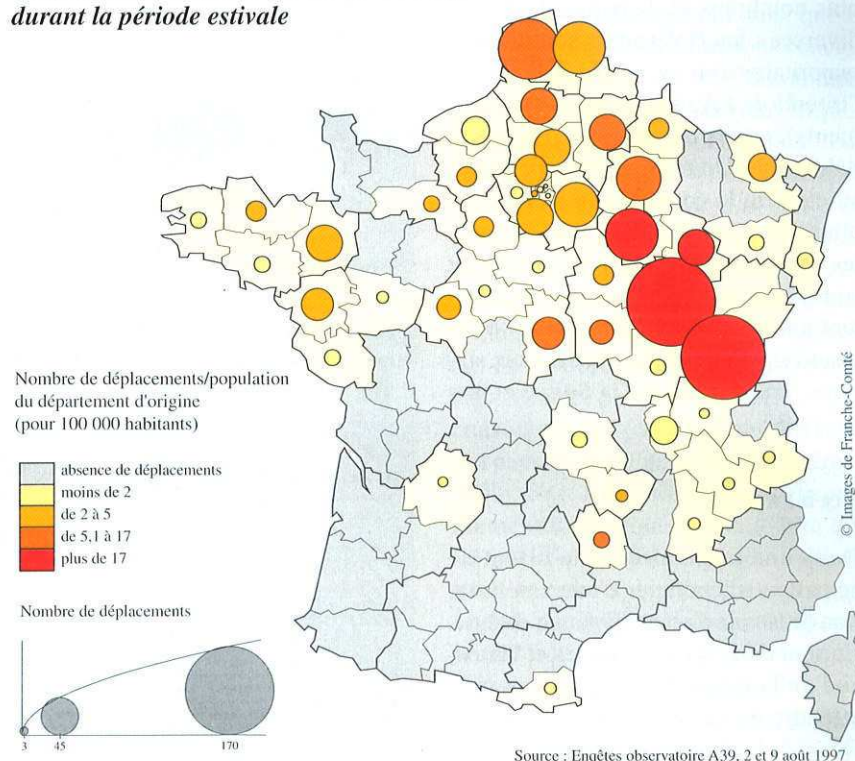
La carte laisse à nouveau apparaître l'empreinte du réseau autoroutier, notamment depuis la région Nord-Pas-de-Calais. Elle traduit un départ massif de ce secteur lors des jours d'enquête. Elle permet, là encore, de percevoir l'intérêt de l'A39 dans la desserte des stations. D'une manière plus générale, l'aire d'attraction en été est fortement liée à la proximité du massif. Contrairement à la période hivernale, la région parisienne n'apparaît plus comme un client privilégié ; la déformation du précédent schéma provient plus de la fréquentation, « anormalement » élevée eu égard à la distance, issue du Nord-Pas-de-Calais et de la Champagne.

mais, dans les déplacements de vacances, on privilégie largement la voiture. Pour preuve, 80% des nuitées dans le Haut-Jura correspondent à des déplacements en voiture, contre 17% en train. La création de l'A39 pourrait bien fidéliser une clientèle déjà fortement représentée d'Île-de-France, de Bourgogne et du Rhône. Reste à savoir s'il existe en plus, parmi eux, une clientèle non fidélisée sensible à ce type d'argument !

## ... pour les déplacements en période estivale

L'aire de chalandise, toujours déterminée à partir des enquêtes de trafic, est plus vaste qu'en hiver et plus nettement centrée sur la moitié nord de la France. Sa physionomie correspond grossièrement à l'aire de chalandise réelle, avec une plus faible intensité des fréquentations. Elle sous-estime les clientèles alsacienne et lorraine, comme celles

## Origine des vacanciers à destination du Jura en transit sur la N83 durant la période estivale





## Importance de la clientèle étrangère par nationalité

	dans les stations		d'après les enquêtes de trafic sur la RN 83		dans l'hôtellerie des stations	
	hiver	été	hiver	été	hiver	été
Allemagne	3	3		4	1	1
Belgique	2	4	1	2	2	2
Suisse	1	2			4	3
Pays-Bas	4	1		1	6	4
Grande-Bretagne		5	2	3	4	5

© Images de Franche-Comté

### ... pour les étrangers

Toujours par le biais des mêmes sources, l'analyse de l'origine de la clientèle étrangère retrace bien les disparités saisonnières de la fréquentation. En période hivernale, les touristes étrangers sont pratiquement absents des stations du Jura et sont représentés dans les enquêtes de trafic par seulement 4% de Belges. La Suisse qui constitue pourtant le principal client n'emprunte évidemment pas le même itinéraire d'accès et n'apparaît pas dans les statistiques établies.

Durant l'été, les touristes étrangers sont plus nombreux et de nationalités plus diverses : les Hollandais sont de loin majoritaires (on mesure bien là encore l'intérêt de l'A39 pour leurs déplacements), suivis des Belges, Anglais et Allemands. Un tel rang ne respecte pas strictement la composition réelle de la clientèle étrangère dans les stations : les touristes allemands sont largement sous-estimés et, pourtant, ils représentent une manne pour l'hôtellerie. Mais beaucoup d'entre eux accèdent aux stations jurassiennes par la Suisse et non par l'A39.

### ...et à l'avenir ?

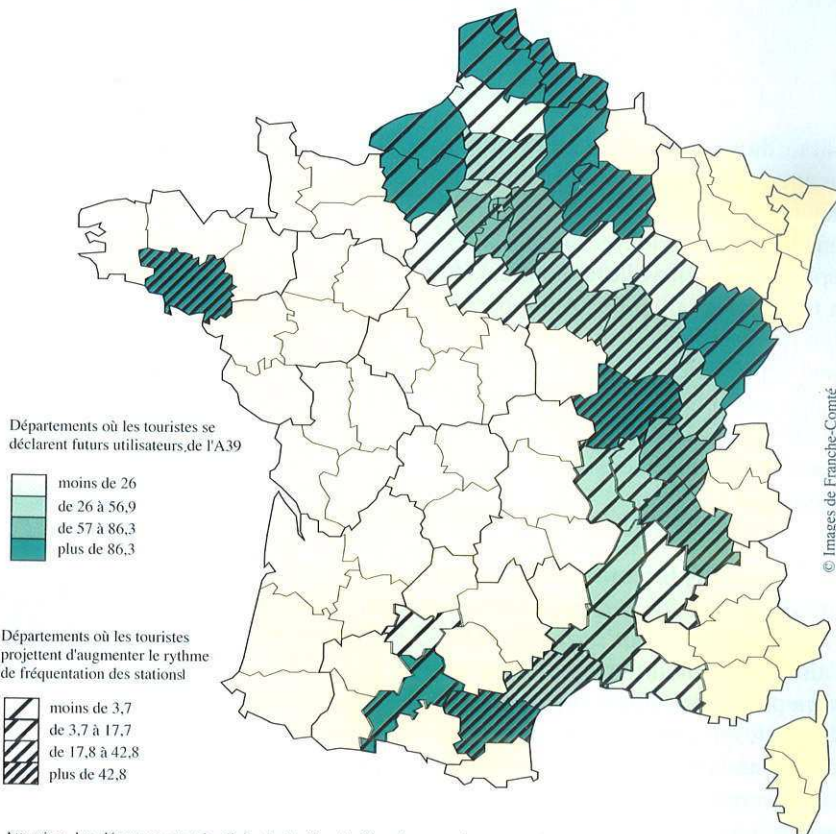
Dans une large mesure la clientèle actuelle va bénéficier d'une amélioration de la voie d'accès au massif du Jura. Ce sont donc sur les rythmes et l'intensité de la fréquentation que l'on peut attendre de véritables modifications. Dans ses limites géographiques, on sup-

pose que l'aire d'attraction des stations, déjà fort étendue dans le nord de la France, restera inchangée. C'est en Europe du nord qu'elle pourrait plus sûrement s'étendre ; c'est là que les politiques de marketing doivent cibler une nouvelle clientèle. Il est moins vraisem-

blable qu'elle enregistre un élargissement en direction du sud. En effet, d'après l'observation des modes de fréquentation touristique, il est rare de se déplacer au nord de son propre lieu de résidence. Toutefois, l'amélioration globale du réseau de communication et la multiplication des déplacements touristiques, de courts séjours surtout, tendent à modifier ces comportements.

En hiver, la fréquentation de la montagne reste fortement subordonnée à la proximité spatiale. Or, juste au sud du massif jurassien, les Alpes et le Massif central s'imposent comme de rudes concurrents. Un espoir subsiste pourtant : une population de plus en plus rodée à la pratique du ski devrait diversifier ses lieux de

## Comportements par rapport à l'A39 des touristes du massif jurassien en hiver



Attention, les départements très éloignés de Franche-Comté ne représentent qu'un nombre d'automobilistes très faible. Les pourcentages sont donc peu fiables.

Source : Enquêtes de trafic sur RN83, hiver 1997



vacances et peut-être accroître ou renouveler la clientèle du Jura.

## L'opinion des touristes sur l'A39

D'après les enquêtes directement conduites dans les stations, les automobilistes déclarent emprunter prioritairement l'autoroute lorsqu'elle existe. Ils sont encore plus nombreux dans ce cas lors de vacances courtes et très finalisées vers la pratique du ski. On reconnaît ici la tendance actuelle : L'autoroute offre un confort de conduite et une sécurité qui favorisent son utilisation.

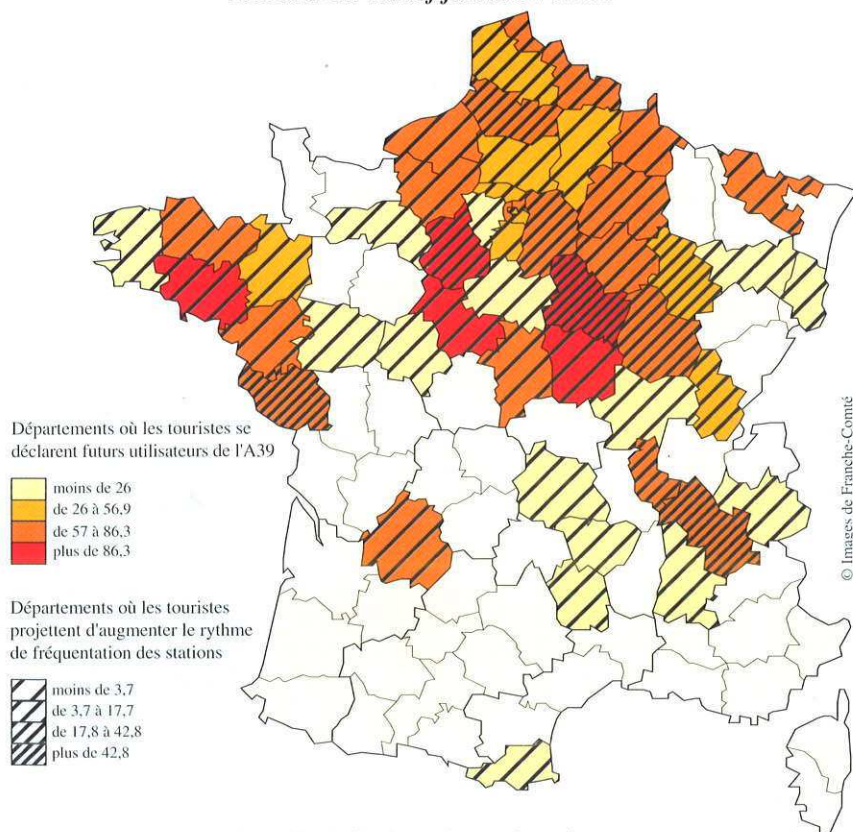
Les cartes proposent, pour l'été et l'hiver, une photographie des départements où les touristes se déclarent « futurs uti-

lisateurs » de l'A39. Ceux-ci ne correspondent pas nécessairement aux secteurs proches du Jura. Les touristes originaires de Bretagne ou des côtes normandes, du Languedoc-Roussillon ou du Nord voient aussi dans l'A39 un complément intéressant au réseau autoroutier qu'ils empruntent. L'effet psychologique d'une réduction du temps de trajet (rappelons-le, à cette distance le gain de 20 minutes de trajet n'est plus décisif) n'est donc pas un leurre et pourrait encourager une fréquentation plus massive depuis les secteurs éloignés, français ou étrangers.

L'hypothèse d'une augmentation du rythme des visites est plus fortement liée à la proximité géographique, rela-

tive toutefois puisqu'elle inclut l'agglomération parisienne. Mais globalement, l'apparition de l'A39 ne semble pas devoir modifier le comportement de la clientèle interrogée lors des enquêtes de trafic. 70% des automobilistes considèrent qu'elle n'aura pas d'impact sur leur rythme de fréquentation, 20% ne se prononcent pas. En somme, l'autoroute est considérée comme un outil facilitant le trajet et non pas comme un argument de déplacement touristique. En revanche, presque 70% des enquêtés sont intéressés par les points d'information touristiques situés dans les aires de repos autoroutières, preuve de leur impact potentiel.

*Comportements par rapport à l'A39 des touristes du massif jurassien en été*



Attention, les départements très éloignés de Franche-Comté ne représentent qu'un nombre d'automobilistes très faible. Les pourcentages sont donc peu fiables.

Source : Enquêtes de trafic sur RN83, été 1997

Pour conclure, il est essentiel de rappeler que la fréquentation du massif est le fait d'une clientèle d'habités qui séjournent souvent dans leur résidence secondaire ou chez des parents et amis. Ce massif manque de « visibilité » au niveau national et plus encore au niveau international. En outre, les aléas des conditions d'enneigement ainsi que la proximité d'autres destinations concurrentes n'ont jamais facilité la commercialisation des produits touristiques proposés et supposent une grande souplesse de l'offre. L'A39 peut apparaître comme un moyen supplémentaire de promotion des stations, l'occasion de faire découvrir à une clientèle plus ou moins lointaine un nouvel espace touristique. Les panneaux d'information situés en bordure des autoroutes ou dans les aires de repos, s'ils offrent une consommation parfaitement virtuelle des paysages, ont au moins cet intérêt ! Enfin, c'est en partie le faible encombrement touristique du Haut-Jura qui en fait son attrait. Le produit ski de fond, le cadre naturel et paysager plébiscités par la clientèle ne peuvent supporter une forte charge touristique. L'éventuelle progression des flux touristiques nécessiterait donc une gestion prudente et attentive ■